

Oriflame Policy Manual

Etiske retningslinjer og adferdsregler

Det er viktig at du leser Oriflames etiske retningslinjer ("retningslinjene") og de etiske reglene ("reglene"), ettersom de utgjør en integrert del av vilkårene i søknadsskjemaet for Brand Partner

En Oriflame Brand Partner må overholde retningslinjene og reglene og eventuelle endringer i disse som er publisert i et nyhetsbrev eller på annen måte kommunisert til Oriflame Brand Partneren. Oriflame forbeholder seg retten til når som helst, og med umiddelbar virkning, å avslutte medlemskapet til en Oriflame Brand Partner som har gitt uriktig informasjon i søknadsskjemaet for Brand Partner eller som bryter retningslinjene eller reglene. Avsluttede Oriflame Brand Partners mister alle rettigheter og privilegier som følger med medlemskapet, inkludert deres nettverk. Retningslinjene og reglene er der å beskytte deg, for å sikre at alle andre Oriflame Brand Partners opprettholder de samme høye standardene. I tråd med Oriflames etiske standarder forventes det at Oriflame Brand Partners overholder alle juridiske krav i det landet der de driver sin, selv om visse forpliktelser ikke er omformulert i eller reglene.

Oriflames retningslinjer

Som Oriflame Brand Partner forplikter jeg meg til å drive min Oriflame-virksomhet i henhold til følgende prinsipper:

1. Jeg vil opprettholde og følge reglene som er beskrevet i denne offisielle Oriflame Policy Manual og annet Oriflame-materiell. Jeg vil ikke bare følge reglene «bokstavelig», men også deres «ånd».
2. Mitt ledende prinsipp for å gjøre forretninger med alle jeg møter i egenskap av Oriflame Brand Partner, er å behandle dem like rettferdig som jeg selv ønsker å bli behandlet.
3. Jeg skal presentere Oriflame-produktene, Oriflames inntjeningsmuligheter, de relaterte opplæringene og de andre mulighetene og fordelene som Oriflame tilbyr til mine Members og Brand Partner på en ærlig og sannferdig måte. Enten det er muntlig eller skriftlig, vil jeg kun komme med påstander knyttet til produktet, inntjeningen og de andre mulighetene som er nevnt i den offisielle Oriflame-litteraturen.
4. Jeg skal være høflig og rask når jeg betjener og legger inn bestillinger for kundene (der det er tillatt), samt ved håndtering av klager. Jeg vil følge prosedyrene som er beskrevet i den offisielle Oriflame-litteraturen for returer av produkter.
5. Jeg vil akseptere og utføre de ulike ansvarsområdene som er foreskrevet for en Oriflame Brand Partner (og for en sponsor og director (og høyere) når jeg avanserer til disse ansvarsnivåene), slik det er beskrevet i den offisielle Oriflame-litteraturen.
6. Jeg vil oppføre meg på en slik måte at jeg kun gjenspeiler de høyeste standarder for integritet, ærlighet og ansvarlighet.
7. Jeg skal ikke under noen omstendigheter bruke Oriflame-nettverket til å markedsføre andre produkter eller tjenester enn de som er godkjent av Oriflame. Jeg skal respektere distribusjonsmetoden direkte til forbruker og skal derfor henvise kunder til Oriflame for bestilling av Oriflame-produkter.
8. Jeg vil respektere lover og regler i det landet der jeg driver min Oriflame-virksomhet, og i vertslandet hvis jeg bygger en internasjonal virksomhet.
9. Jeg er innforstått med at overholdelse av Oriflames etiske retningslinjer og atferdsregler er en betingelse for mitt medlemskap i Oriflame.

Oriflames regler for god oppførsel

1. Definisjoner

A. "Oriflame Brand Partner" skal i dette dokumentet omfatte enhver Oriflame Brand Partner uavhengig av tittel og nivå (inkludert ledere, directors og høyere).

B. "Personal Beauty Store" skal referere til et nettsted som er utformet, utgitt og driftet av Oriflame til fordel for en Oriflame Brand Partner i utvalgte markeder.

C. "Oriflame" i dette dokumentet refererer til den lokale Oriflame-enheten som du inngikk Brand Partner-avtalen med, med mindre annet er oppgitt.

D. "Sponsorlinje" skal omfatte Oriflame Brand Partner, hans/hennes sponsor, og så videre, med linjen og slutter med Oriflame.

E. "Personal Group" skal referere til alle Oriflame Brand Partners som sponses direkte og indirekte av en Oriflame Brand Partner, men skal ikke inkludere de direkte sponsede 25% Brand Partnerne eller deres downlines.

F. "Gruppe" skal referere til hele downline, inkludert 25% Oriflame Brand Partners og deres downlines.

G. "Oriflame-litteraturen" skal bety The Brand Partner Reward Plan (som inneholder denne policyhåndboken), produktkatalogene, Oriflame Starter Kit, nyhetsbrevet og all annen informasjon som trykkes eller publiseres på offisielle Oriflame-nettstedet.

H. En "sponsor" skal referere til en Brand Partner som rekrutterer andre Brand Partners, introduserer dem for Oriflames konsulentvirksomhet og lærer dem opp og støtter dem i deres arbeid.

Ord som begynner med stor forbokstav, men som ikke er definert her, skal ha samme betydning som i de foregående avsnittene i The Brand Partner Reward Plan.

2. Medlemskap

2.1 For å bli en Oriflame Brand Partner skal en kandidat som hovedregel være sponset av en eksisterende registrert Oriflame Brand Partner. Under visse omstendigheter kan Oriflame tildele en mulig Oriflame Brand Partner til et hvilket som helst nettverk.

2.2 En person kan bare ha ett Oriflame-medlemskap, enten direkte eller indirekte. Indirekte medlemskap er medlemskap gjennom f.eks. eierskap av aksjer i et selskap som er registrert som Oriflame Brand Partner.

2.3 Oriflame forbeholder seg retten til å avslå enhver søknad eller ny søknad.

2.4 En søker må være myndig for å bli Oriflame Brand Partner. Oriflame kan etter eget skjønn godkjenne andre søkere med forbehold om foresattes skriftlige samtykke.

2.5 Medlemskap kan kun gis til enkeltpersoner eller til et aksjeselskap eller partnerskap der partene enten er ektefeller eller foreldre og barn i en av Oriflame godkjent virksomhetsoverdragelse. En juridisk enhet må oppgi navnet på den personen som er autorisert til å handle på dens vegne, samt eventuelle begrensninger i hans/hennes autorisasjon. Partnere er gjensidig ansvarlige, og Oriflame kan kreve tilbake alle avgifter fra en av dem eller begge i tilfelle manglende betaling.

2.6 En Oriflame Brand Partner kan trekke seg fra medlemskapet innen 30 dager etter at han/hun har blitt medlem (eller lenger hvis det er aktuelt i henhold til lokal lovgivning) og få tilbakebetalt alle penger som er betalt som en betingelse for medlemskapet samt eventuelt nødvendig startmateriale og produkter.

2.7 En Oriflame-Brand Partner kan når som helst si opp sitt medlemskap etter 30 dager etter at vedkommende ble medlem, ved å gi skriftlig varsel til Oriflame. I slike tilfeller er Oriflame ikke forpliktet til å foreta noen av tilbakebetalingene nevnt i 2.6 ovenfor, bortsett fra eventuelle nødvendige avgifter som Brand Partneren har betalt for å bli eller forbli en Brand Partner, og som Brand Partneren har betalt til Oriflame i løpet av de siste 30 dagene før oppsigelsen.

2.8 En Oriflame Brand Partners medlemskap utløper på årsdagen for registreringen.

2.9 Medlemskapet kan fornyes i henhold til de respektive vilkårene og betingelsene.

2.10 Dersom en Oriflame Brand Partners ektefelle ønsker å bli Oriflame Brand Partner, må begge ektefellene enten sponses i fellesskap under samme medlemskap (i form av et aksjeselskap eller partnerskap) eller separat under den ektefellen som først ble Oriflame Brand Partner. Hvis ektefellen blir medlem under et separat medlemskap, vil eventuelle kontantbeløp ektefellen har opptjent, bli trukket fra eventuelle høyere kontantbeløp som ektefellen som ble medlem først, har opptjent - hvis slike kontantbeløp er et resultat av at medlemskapet til ektefellen som ble medlem nummer to, opphører av en eller annen grunn.

2.11 Tidligere Oriflame Brand Partners (eller ektefeller av tidligere Oriflame Brand Partners) kan søke om nytt medlemskap på følgende vilkår:

a) Det har gått minst seks måneder siden det forrige medlemskapet ble avsluttet ved oppsigelse (med mindre annet er avtalt med Oriflame).

b) Den nye søknaden må spesifisere at den fremsettes i henhold til denne regelen.

c) En tidligere Oriflame Brand Partner kan umiddelbart søke om å bli Brand Partner igjen, uten å spesifisere at han/hun var tidligere Oriflame Brand Partner, hvis han/hun har minst 12 måneders inaktivitet etter at medlemskapet opphørte når opphøret skyldes manglende fornyelse av medlemskapet.

2.12 Oriflame har rett til å si opp en Oriflame Brand Partner ved brudd på de etiske retningslinjene og/eller atferdsreglene.

2.13 Oriflame forbeholder seg retten til å suspendere en Oriflame Brand Partners medlemskap i opptil 12 måneder med umiddelbar virkning, i påvente av etterforskning av brudd på reglene.

3. Opprettholdelse av sponsorlinjer

3.1 Oriflame Brand Partners kan bare registrere seg på nytt under en annen sponsorlinje hvis de sier opp sitt medlemskap og søker om nytt medlemskap i henhold til punkt 2.11. Hvis de melder seg ut, går hele gruppen tapt og overføres til den opprinnelige sponsoren.

3.2 Overføring av medlemskap fra en person til en annen er kun mulig i spesielle tilfeller og etter Oriflames eget skjønn.

3.3 Oriflame Brand Partners som ønsker å overføre sitt medlemskap, kan få tillatelse til å gjøre dette, men bare til sine nærmeste slektninger (etter Oriflames skjønn). Et brev med anmodning om slik overføring må sendes til Oriflame. Oriflame Brand Partners som har overført sitt medlemskap i henhold til denne regelen, kan søke om medlemskap på nytt dersom det har gått minst seks måneder siden forrige overføring av medlemskapet.

3.4 I tilfelle en Oriflame Brand Partner dør, vil medlemskapet avsluttes innen tre måneder etter dødsdagen, forutsatt at ingen søknad om overføring av medlemskapet er fremsatt av de nærmeste pårørende i samsvar med 6.4. Ved opphør vil alle utestående betalinger til den avdøde Oriflame Brand Partneren bli utbetalt til Oriflame Brand Partnerens autoriserte arving(er). Oriflame forbeholder seg retten til å be om dokumenter som beviser arvingens/arvingenes autorisasjon som en betingelse for utbetalingen.

3.5 Overdragelse av en gruppe eller en del av en gruppe er ikke tillatt.

4. En Brand Partners ansvarsområder

Generelle ansvarsområder

4.1 Oriflames Brand Partner skal overholde alle lover, forskrifter og regler for praksis som gjelder for driften av medlemskapet, herunder skattelover og forskrifter om skatteregistrering og -innlevering. Oriflames Brand Partner skal ikke delta i aktiviteter som kan bringe verken dem eller Oriflame i vanry.

4.2 Oriflames Brand Partner må ta passende skritt for å sikre beskyttelse av all privat informasjon som gis av en kunde, en mulig kunde eller en annen Oriflame-Brand Partner, i samsvar med lokale lover som gjelder for personvern og databeskyttelse.

Ansvar overfor kundene

4.3 Oriflame Brand Partners skal ikke bruke villedende, villedende eller urettferdig praksis.

4.4 Fra begynnelsen av kontakten med en forbruker skal Oriflame-Brand Partneren identifisere seg selv og forklare hensikten med at hun/han henvender seg til en kunde eller formålet med anledningen. Oriflame Brand Partner skal sikre full åpenhet om sin identitet som Oriflame Brand Partner i all relatert kommunikasjon, enten det er via e-post, en nettside, en side på sosiale medier osv. Tydelig navn og kontaktinformasjon samt informasjon om at avsenderen ikke er en offisiell representant for Oriflame, må oppgis. Ordet "Uavhengig" skal alltid legges til før "Oriflame Brand Partner" på enhver identitetsrepresentasjon som e-postsignaturer, visittkort, på nettsider, sider på sosiale medier og lignende. Oriflame Brand Partners skal ikke presentere seg selv som autoriserte distributører av Oriflame.

4.5 Oriflames Brand Partner skal tilby kundene nøyaktige og fullstendige produktforklaringer og -demonstrasjoner med hensyn til pris og, hvis aktuelt, kredittvilkår, betalingsvilkår, avkjølingsperiode, inkludert retningslinjer for retur og refusjon, Oriflames tilfredshetsgaranti, garantivilkår, ettersalgsservice og leveringsdatoer. Oriflame Brand Partners skal gi nøyaktige og forståelige svar på alle spørsmål fra kunder.

4.6 I den grad det fremsettes påstander om produkteffektivitet, skal Oriflame Brand Partners kun fremsette muntlige eller skriftlige produktpåstander som er godkjent av Oriflame.

4.7 Oriflame Brand Partners skal ikke bruke noen attest eller anbefaling som er uautorisert, usann, foreldet eller på annen måte uaktuell, som ikke er relatert til tilbudet eller som brukes på en måte som er egnet til å villede kunden.

4.8 Oriflame Brand Partners skal ikke bruke sammenligninger som er villedende. Sammenligningspunkter skal være basert på fakta som kan underbygges. Oriflame Brand Partners skal ikke på urettferdig måte nedvurdere noe annet selskap, virksomhet eller produkt, direkte eller underforstått. Oriflame Brand Partners skal ikke dra urettmessig fordel av den goodwill som er knyttet til et annet selskaps, en annen virksomhets eller et annet produkts handelsnavn og symbol.

4.9 Oriflames Brand Partner skal ta personlig, telefonisk eller elektronisk kontakt på en rimelig måte og i rimelige tidsrom for å unngå påtrengende kontakt. Oriflame-Brand Partneren skal avbryte kommunikasjonen på forespørsel fra forbrukeren.

4.10 Informasjonen Oriflame Brand Partner gir til forbrukeren skal gis på en klar og forståelig måte med behørig hensyn til prinsippene om god tro i handelstransaksjoner og prinsippene for beskyttelse av dem som i henhold til nasjonal lovgivning ikke er i stand til å gi sitt samtykke, som for eksempel mindreårige.

4.11 Oriflame Brand Partners skal ikke misbruke tilliten til individuelle forbrukere og skal respektere forbrukernes manglende kommersielle erfaring, og skal ikke utnytte forbrukernes alder, sykdom, mentale eller fysiske svakheter, godtroenhet, manglende forståelse eller manglende språkkunnskaper.

4.12 Oriflames Brand Partner skal ikke overtale en person til å kjøpe produkter basert på at kunden kan redusere eller få tilbake kjøpesummen ved å henvise mulige kunder til Oriflames Brand Partner for lignende kjøp, hvis slike reduksjoner eller tilbakebetalinger er betinget av en fremtidig hendelse.

Ansvar overfor andre Oriflame Brand Partners

4.13 Oriflame Brand Partners skal ikke stjele en søker fra andre Oriflame Brand Partners, og skal heller ikke blande seg inn ved å oppfordre Oriflame Brand Partners til å bli sponsor for en annen Oriflame Brand Partner.

4.14 En Oriflame-Brand Partner skal ikke gi en feilaktig fremstilling av Oriflame-Brand Partners faktiske eller mulige inntjening. Alle tall som representerer inntjening må være: (a) sannferdige, nøyaktige og presentert på en måte som ikke er falsk, villedende eller misvisende, og (b) basert på dokumenterte og underbygde fakta i det relevante markedet. Potensielle Oriflame Brand Partners må: (c) informeres om at den faktiske inntjeningen vil variere fra person til person og vil avhenge av ferdigheter, tid og innsats og andre faktorer, og (d) få tilstrekkelig informasjon til å kunne foreta en rimelig vurdering av muligheten til å tjene penger.

4.15 En Oriflame-Brand Partner skal ikke kreve gebyrer fra andre Brand Partner eller mulige Brand Partner for materiale eller tjenester som ikke er utviklet/sanksjonert av Oriflame, med unntak av gebyrer for å dekke utgifter som er direkte relatert til ikke-obligatorisk opplæring eller møter som Oriflame-Brand Partnern har gjennomført.

Alt markedsføringsmateriell som utvikles av Brand Partner må være i samsvar med Oriflames retningslinjer og prosedyrer. Oriflame-Brand Partner som selger godkjent, lovlig tillatt reklame- eller opplæringsmateriell til andre Oriflame-Brand Partner: (i) skal kun tilby materiell som er i samsvar med de samme standardene som Oriflame følger, (ii) skal ikke kunne kreve at andre Oriflame-Brand Partner kjøper slikt materiell, (iii) skal tilby hjelpemidler til en rimelig og rettferdig pris, uten noen betydelig fortjeneste for Oriflame-Brand Partnern, som tilsvarer tilsvarende materiell som er generelt tilgjengelig på markedet, og (iv) skal tilby en skriftlig returpolicy som er den samme som Oriflames returpolicy.

4.16 Oriflames Brand Partner skal kun kontakte andre Oriflame-Brand Partner på en rimelig måte og i rimelige tidsrom for å unngå påtrengende virksomhet.

4.17 Oriflame pålegger ikke sine Brand Partner noen betingelser for minimumskjøp, verken i mengde eller verdi. På samme måte skal en Oriflame-Brand Partner ikke tvinge eller tvinge dem han/hun sponser til å bestille minimumsmengder eller opprettholde et lager av produkter. Alle Oriflames Brand Partner kan bestille et hvilket som helst kvantum direkte fra Oriflame, men håndterings- og fraktgebyr kan påløpe avhengig av bestillingsstørrelse. Det er opp til den enkelte Oriflame Brand Partner å avgjøre om han/hun skal ha et lager som gjenspeiler det forventede forbruket. Oriflame Brand Partners skal ikke kreve eller oppmuntre andre Oriflame Brand Partners til å kjøpe urimelige mengder varelager eller hjelpemidler. En Oriflame-Brand Partner skal ikke holde mer lager enn han/hun med rimelighet kan forvente å forbruke. Oriflames Brand Partner skal ikke presentere seg selv som autoriserte distributører av Oriflame.

4.18 Oriflames Brand Partner skal ikke bruke Oriflames nettverk til markedsføringsmateriell, produkter eller ordninger som ikke er offisielt godkjent av Oriflame og som ikke er i samsvar med Oriflames retningslinjer og prosedyrer.

4.19 Oriflame Brand Partners skal ikke systematisk lokke eller oppfordre direkteselgere fra et annet selskap.

4.20 Oriflame Brand Partners skal ikke på en urimelig måte nedvurdere et annet selskaps produkter, dets salgs- og markedsføringsplan eller andre egenskaper ved et annet selskap.

4.21 Oriflames Brand Partner har ikke noe ansettelsesforhold til Oriflame. Når Oriflame-Brand Partnerne presenterer Oriflame-forretningsmuligheten for andre, må de tydelig opplyse om denne virksomhetens uavhengige karakter og det faktum at det ikke foreligger noe ansettelsesforhold med Oriflame.

4.22 Oriflames Brand Partner har ingen myndighet til å binde eller påta seg forpliktelser på vegne av Oriflame. De skal holde Oriflame skadesløs for eventuelle kostnader eller skader som oppstår som følge av manglende overholdelse av disse reglene.

4.23 En Oriflame-Brand Partner kan ikke legge inn bestillinger i navnet til en annen Oriflame-Brand Partner uten denne Oriflame-Brand Partnerns skriftlige forhåndsgodkjenning.

4.24 Når Oriflame Brand Partners bygger opp sin Personal Group, skal Oriflame Brand Partners sikre at alle nye Oriflame Brand Partners følger kredittvilkårene, hvis kreditt tilbys.

4.25 Når Oriflame Brand Partner blir sponsor, skal Oriflame Brand Partner sørge for at han/hun lærer opp og motiverer sine personlig sponsede Oriflame Brand Partners.

4.26 En Oriflame Brand Partner kan ikke delta i intervjuer om eller henvise til Oriflame i noen medier, verken på TV, internett, radio, magasiner osv. eller bruke noen reklamemedier (inkludert viral reklame som SMS, internett osv.) i markedsføringsøyemed for sin Oriflame-virksomhet uten Oriflames skriftlige forhåndssamtykke.

4.27 Oriflames Brand Partner skal ikke være involvert i dialoger i sosiale medier som gir feilaktig eller villedende informasjon om Oriflame, dets produkter eller tjenester, eller som generelt kan føre til tap av omdømme for Oriflame.

5. Andre regler og retningslinjer

5.1. Det er ingen eksklusive territorier eller franchiser tilgjengelig under Oriflame-policyen. Ingen Oriflame Brand Partner har myndighet til å gi, selge, tildele eller overføre et slikt territorium eller franchise. Hver Oriflame Brand Partner står fritt til å drive sin virksomhet i et hvilket som helst område i registreringslandet.

5.2 Oriflames Brand Partner må respektere at Oriflame opererer i visse markeder, og ikke i alle land over hele verden, og at

Oriflame strengt overholder sine forpliktelser som gjelder produktsikkerhet, produktregistrering, import og andre regler som kan gjelde for handel i de respektive landene. Oriflame er ikke ansvarlig for eventuelle skader, tvister eller krav som oppstår som følge av eller i forbindelse med grenseoverskridende aktiviteter utført av Oriflames Brand Partner i land utenfor de markedene der Oriflame driver virksomhet. Oriflame vil derfor holde Oriflame Brand Partner fullt ut ansvarlig for slike krav.

5.3 En Oriflame Brand Partner er uavhengig av Oriflame. Den eneste tittelen som kan brukes på visittkort, annet trykt materiale eller i e-postkommunikasjon, er "Uavhengig Brand Partner" eller "Uavhengig Oriflame-Brand Partner" og "Uavhengig leder" og "Uavhengig styremedlem" når det er kvalifisert.

5.4 Reklamemateriell, Personal Beauty Store og eventuelle applikasjoner for sosiale medier, levert av Oriflame, kan brukes som spesifisert uten ytterligere godkjenning. Det er underforstått at Oriflames Brand Partner ikke kan registrere eller være vert for et nettsted eller en hjemmeside med domenenavnet som inneholder ordet "Oriflame".

Oriflame Brand Partners kan drive trafikk til offisielle Oriflame-nettsteder, blogger, vegger og lignende. Oriflame forbeholder seg retten til å forhåndsgodkjenne materialet som skal publiseres. Retningslinjene for Oriflame Brand Partners' tilstedeværelse på nettet er nærmere beskrevet i retningslinjene for Brand Partners på nettet.

5.5 Oriflames varemerker, logoer og navn tilhører Oriflame Cosmetics A.G. og kan ikke brukes av Oriflame Brand Partner, verken i trykt materiale eller publisert på Internett, uten skriftlig forhåndssamtykke fra Oriflame. Hvis slikt samtykke innhentes, må varemerker og logoer brukes nøyaktig slik det er angitt i Oriflames retningslinjer.

5.6 Ingen Oriflame-Brand Partner kan produsere eller anskaffe fra noen annen kilde enn Oriflame noen gjenstand som varemerkene eller logoene er trykt eller vist på, med mindre dette er skriftlig godkjent av Oriflame.

5.7 Alt trykt Oriflame-materiale, videoer, fotografier og design er beskyttet av opphavsrett og kan ikke reproduseres helt eller delvis av noen, verken i trykt materiale eller publisert på Internett, uten skriftlig forhåndsgodkjenning fra Oriflame. Når opphavsrettsbeskyttet materiale brukes på lovlig måte, er det obligatorisk at det henvises til Oriflames opphavsrett på en synlig og utvetydig måte.

5.8 Oriflame Brand Partner erkjenner og samtykker i at Oriflame-produkter ikke er ment å demonstreres, vises eller selges i noe utsalgssted, nettbutikk, auksjon eller annen nettbasert plattform som Ebay eller lignende. Ingen Oriflame-litteratur kan selges eller vises i slike utsalgssteder. Etablissementer som teknisk sett ikke er utsalgssteder, for eksempel skjønnhetssalonger, kan kun brukes som visningssteder.

5.9 Innholdet på Oriflames nettsted, som tekst, grafikk, fotografier, design og programmering, er også opphavsrettslig beskyttet og kan ikke brukes til kommersiell bruk uten skriftlig forhåndsgodkjenning fra Oriflame.

5.10 Spamming (misbruk av elektroniske meldingssystemer for å sende uoppfordrede massemeldinger) er strengt forbudt. En Oriflame-Brand Partner skal begrense antallet reklame-e-poster som sendes til slutt kunder, slik at hver enkelt mottaker ikke mottar mer enn én melding per uke. Disse meldingene kan ikke sendes på vegne av Oriflame, og avsenderen har derfor det fulle ansvaret for innholdet.

5.11 Ingen person har under noen omstendigheter tillatelse til å ompakke eller på noen måte endre emballasjen eller merkingen av produktene. Oriflame-produkter selges kun i originalemballasjen.

5.12 Oriflame-produktene forårsaker ikke skade eller personskafe hvis de brukes til det tiltenkte formålet og i samsvar med instruksjonene som følger med. Oriflame har produktansvarsforsikring på sine produkter. Forsikringen dekker personskafe eller skade der et defekt produkt er involvert, men dekker ikke uforsiktig eller uaktsom påføring eller feil bruk av et produkt.

5.13 Oriflame forbeholder seg retten til når som helst å trekke fra forfalte fakturaer fra en eventuell resultatrabatt eller bonus som skal betales til Oriflame Brand Partner.

5.14 Oriflame har rett til å endre priser og sortiment uten forvarsel. Oriflame vil ikke gi Performance rabatt, bonus eller annen kompensasjon for tap som skyldes prisendringer, sortimentsendringer eller at produkter er utsolgt.

5.15 Hvis det anmodes om det ved oppsigelse av en Brand Partners forhold til Oriflame, samtykker Oriflame til å:

- (a) kjøpe tilbake produkter fra Brand Partnern. Alle følgende vilkår må være oppfylt for at Oriflame skal kunne gi refusjon:
- retur må gjøres innen 12 måneder fra kjøpsdato, og
 - vil bli refundert med 90 % av den opprinnelige nettoprisen som er betalt etter fradrag av eventuell prestasjonsrabatt, bonus eller kontantbelønning som er utbetalt til nettverket, og
 - Varer som returneres må være Oriflame-varer som kan selges i dag, inkludert Oriflame-produsert reklamemateriell, salgshjelpemidler eller sett.

I forbindelse med denne klausul (a) betyr Oriflames varelager som kan omsettes for øyeblikket, alle produkter som:

- ikke har blitt brukt, åpnet eller tuklet med på noen måte; og
- ikke har passert utløpsdatoen; og
- markedsføres fortsatt av Oriflame i deres kataloger.

5.16 Hvis en Oriflame-Brand Partner på noen måte er involvert, juridisk eller på annen måte, i en tvist eller aktivitet som kan involvere eller påvirke Oriflame eller Oriflames omdømme negativt, skal Oriflame-Brand Partneren umiddelbart informere Oriflame om dette.

5.17 Oriflame forbeholder seg retten til å utvide eller revidere Oriflames suksessplan, kvalifikasjonskriterier eller retningslinjene og reglene med umiddelbar virkning.

6. Rettigheter og ansvar for styremedlemmer og eventuelle høyere nivåer

I tillegg til de generelle reglene ovenfor som gjelder for alle Oriflame Brand Partners, gjelder følgende regler spesielt for Directors og oppover. Brudd på noen av disse spesielle reglene vil resultere i umiddelbart tap av status som Director (og oppover) og alle underliggende privilegier - inkludert eventuelle relaterte godtgjørelser - og kan til og med resultere i oppsigelse av medlemskapet.

6.1 Som Director (og høyere) må du betjene dine personlige Group Brand Partners i løpet av hver katalogperiode ved å

- a) Rekruttering og kontinuerlig utvikling av Personal Group.
- b) Bistå, veilede og motivere medlemmene i personalgruppen.
- c) Gjennomføre regelmessige møter for å lære opp, motivere, sette mål og følge opp.
- d) Opplæring av dine Oriflame Brand Partners i din downline slik at de kan drive Oriflame-virksomhet på best mulig måte.
- e) Opprettholde hyppig kommunikasjon, informere om møtedatoer, møtesteder, produktnyheter, opplæringsøkter osv.
- f) Delta på alle seminarer og møter som arrangeres av Oriflame.
- g) Håndheve retningslinjene og reglene og gå foran med et eksempel.
- h) Delta på forretningsmøter med Oriflame som du blir bedt om å delta på av din Area Sales Manager.

6.2 Et styremedlem (og høyere) kan ikke:

- a) representere, være medlem av eller markedsføre noe annet selskap, produkt eller mulighet for sosialt salg eller direktesalg.
- b) delta i eller promotere et tilknyttet markedsføringsprogram.
- c) markedsføre skjønnhets- eller ernæringsprodukter og merkevarer fra andre selskaper.

6.3 Hvis ektefellen til et styremedlem (og eventuelt høyere nivå) er representant og/eller medlem av et annet selskap som driver med sosialsalg eller direktesalg, har ektefellen ikke lov til å delta på møter og arrangementer i Oriflame, og ektefellens aktiviteter må holdes adskilt fra Oriflame. Styremedlemmer (og høyere) må informere Oriflame dersom ektefellen er representant og/eller medlem av et annet selskap som driver med sosialsalg eller direktesalg.

6.4 tilfelle et styremedlem (og over) dør, kan et medlemskap arves av styremedlemmets (og over) nærmeste pårørende i samsvar med loven i det aktuelle landet. Skriftlig krav på medlemskapet må fremsettes innen 3 måneder etter dødsfallet. Dersom slike krav ikke fremsettes, vil medlemskapet opphøre. For å gjøre det klart at den juridiske mottakeren av medlemskapet må godta og overholde vilkårene og betingelsene for å være Brand Partner.

6.5 En Director (og høyere) må følge eventuelle ytterligere regler eller instruksjoner som Oriflame fra tid til annen meddeler skriftlig.

7. Prosedyre for klagebehandling

Enhver klage basert på brudd på de etiske retningslinjene eller atferdsreglene skal rettes til den lokale Oriflame-salgsorganisasjonen og/eller administrerende direktør i Oriflame-selskapet som opererer i det aktuelle landet. Klagebehandlingsorganet i hvert Oriflame-marked ledes av administrerende direktør (Oriflame Code Administrator) i det lokale Oriflame-selskapet.

Oriflame Brand Partner Online Policy

Disse retningslinjene tjener til å klargjøre hvordan uavhengige Oriflame-Brand Partner kan forme sin tilstedeværelse på Internett uten å forstyrre Oriflames merkevarebyggingsaktiviteter eller bryte opphavsrettsrelaterte lover, regler og avtaler.

1. Generelt

Oriflame tilbyr sine Brand Partners muligheten til å sette opp sin egen Personal Beauty Store (PBS), og gir dem også andre verktøy for å markedsføre Oriflames produkter og forretningsmuligheter på Internett.

Disse applikasjonene er i dag de eneste godkjente digitale verktøyene der Brand Partnerne kan markedsføre Oriflame-produktene og vise bilder og logotyper som Oriflame er rettighetshaver til. Brand Partner har også lov til å være vertskap for nettsteder der de kommuniserer om Oriflame, dets produkter og muligheter, så lenge det er tydelig angitt at dette ikke er offisielle Oriflame-nettsteder.

Det må til enhver tid være tydelig hvem som står bak nettstedet, og relevante kontaktopplysninger må være synlige.

Brand Partners kan kun sitere Oriflame-tekster med tydelig kildehenvisning.

Brand Partner kan ikke bygge e-handelsnettsteder der Oriflame-produkter selges, eller på annen måte drive e-handel utenfor de godkjente Oriflame-applikasjonene.

Brand Partners kan ikke legge ut informasjon eller annet materiale som er beskyttet av opphavsrett uten tillatelse fra rettighetshaveren.

Brand Partner kan aldri bruke Oriflame-merket til å støtte eller fremme politiske standpunkter eller religiøse ideologier.

Brand Partner kan aldri legge ut uhøflig, fornærmende, vulgær, uanstendig, krenkende, blasfemisk, truende, rasistisk eller etnisk hatefulle eller på annen måte støtende eller ulovlig informasjon eller materiale.

Brand Partners kan aldri avsløre uanmeldte produkter, kundedata eller konfidensiell informasjon overhodet.

2. Domenenavn

Brand Partner kan ikke registrere domenenavn som inneholder ordet "Oriflame". Brand Partner skal ikke registrere en side/gruppe i sosiale medier med navn og bilde som kan villedende forbrukeren til å tro at siden er en offisiell Oriflame-side/gruppe:

- En side/gruppes navn og bilde på sosiale medier (f.eks. Facebook, Instagram) skal tydelig vise at den

drives av en enkeltperson, f.eks. "Annas Oriflame-team" med Annas eget bilde.

- En side i sosiale medier, gruppenavn skal ikke navngis f.eks. "Oriflame Casablanca" med et offisielt Oriflame-bilde, f.eks. Oriflame-logo, Oriflame-bilder.

3. Ansvarsfraskrivelse

Brand Partner som har egne nettsteder og kontoer på sosiale medier og som nevner at de er en del av Oriflame må sørge for å publisere tydelig informasjon om at de er det:

- Uavhengige Oriflame Brand Partners, eller
- Uavhengige Oriflame Beauty Brand Partners.

Denne informasjonen må publiseres tydelig på startsidene og profilsidene samt under en ansvarsfraskrivelse som er synlig på alle sider på nettstedet. Navn og kontaktinformasjon skal være tilgjengelig på nettstedet eller i kontoinformasjonen for en side i sosiale medier.

Du skal ikke presentere deg selv som en autorisert distributør av Oriflame.

Hvis en Brand Partner har et privat nettsted uten tilknytning til Oriflame, er disse retningslinjene selvsagt ugyldige.

4. Innhold og henvisninger til Oriflame

Det er ikke tillatt å kopiere innhold fra Oriflames offisielle nettsted og publisere det under Brand Partners eget navn. Hvis en Brand Partner lenker offisielt Oriflame-innhold til sitt eget nettsted fra et Oriflame-eid domene, må dette oppgis tydelig.

5. Bilder

Brand Partner kan ikke ta stillbilder eller bevegelige bildemateriale fra et offisielt Oriflame-nettsted og publisere det på sitt eget nettsted. Alt bildemateriale er opphavsrettslig beskyttet, og Oriflame har kjøpt rettighetene til å bruke det. Disse rettighetene er ikke utvidet til Brand Partners.

- Bevegelige bilder; videoer osv: Kan brukes gjennom delingsfunksjonen hvis og når den er tilgjengelig. Delingsfunksjonen gir automatisk henvisning til kildesiden.
- Bilder av modeller eller personer: Kan brukes gjennom delingsfunksjonen hvis og når den er tilgjengelig. Delingsfunksjonen gir automatisk henvisning til kildesiden.

- Bilder av Oriflame-produkter: Kan brukes sammen med våre uten delingsfunksjon, så lenge kildesiden er nevnt på en synlig og utvetydig måte (for eksempel: "kilde: www.oriflame.com 2019").

Eventuelle krav rettet til Oriflame fra en tredjepart angående misbruk av immaterielle rettigheter av en Brand Partner vil bli overført til Brand Partnern.

6. Oriflame-logoen

Brand Partners har ikke tillatelse til å bruke Oriflame-logoen.

7. Deling i sosiale medier og blogging

Oriflame oppfordrer til tilstedeværelse på blogger, sosiale nettverk og lignende. Brand Partner oppfordres til å blogge og legge igjen kommentarer om Oriflame-produkter der de anser det som hensiktsmessig, men må overholde punkt 3 i Oriflames etiske retningslinjer som gjelder produktpåstander. Vi anbefaler at Brand Partnern i størst mulig grad bruker delingsfunksjonene som Oriflame tilbyr, for å sikre korrekt visning og kildeinformasjon.

8. Markedsføring i søkemotorer

Brand Partner kan drive markedsføring i søkemotorer, for eksempel Google Adwords, hvis Oriflames retningslinjer for Brand Partner på nettet følges. I tillegg til dette:

- Det må tydelig fremgå av annonsen at den er laget av en uavhengig Brand Partner;
- Overskriften skal ikke gi inntrykk av at det er en offisiell eller på noen måte godkjent annonse fra Oriflame, og;
- Det er forbudt å bruke "Oriflame" eller andre merkerelaterte termer, som "NovAge" eller "Ecollagen", som nøkkelord.
- Det er forbudt å kombinere Oriflame-produkter med andre merker, for eksempel å markedsføre våre produkter sammen med Avon eller L'Oréal.

Vær oppmerksom på at hver enkelt kjøper av f.eks. Adwords er ansvarlig for enhver krenkelse mot andre merkevereiere.

9. Opplæringsavgifter

Brand Partner har ikke lov til å ta gebyrer for nettbasert opplæring og webinarer, med unntak av det som er beskrevet i punkt 4.15 i Oriflames etiske regler.

10. Spamming

Spamming - vilkårlig utsendelse av uønskede massemeldinger - er strengt forbudt.

For mer praktisk informasjon og eksempler på hvordan du kan følge Oriflame Brand Partner Online Policy, se Brand Partner Digital Handbook, som du finner etter at du har logget inn på Oriflames nettsted.

NÅR DU HENVENDER DEG TIL EN KUNDE/ET POTENSIELT ORIFLAME-MEDLEM...

...gjør dette

- Identifiser deg selv og Oriflame.
- forklare formålet med henvendelsen og hvilke typer produkter Oriflame har.
- Prøv å svare på alle spørsmål på en rettferdig, sannferdig og forståelig måte.
- Kom kun med påstander om produktene som er godkjent av Oriflame. Henvis kontakten din til Oriflames nettsted, der de kan lese mer om produktene og påstandene.
- Respekter personvernet og andre personlige begrensninger som personen kan være underlagt (f.eks. tid, sted, alder, fysisk tilstand).
- Avbryt enhver forklaring (og forlat stedet) hvis du blir bedt om det.
- Samle inn og/eller lagre personopplysninger om kunder eller potensielle kunder bare når det er nødvendig, og sørg for at du håndterer og beskytter disse personopplysningene i samsvar med lokale lover om personvern og beskyttelse av personopplysninger.
- Ta e-læringen om GDPR (General Data Protection Regulation) for uavhengige Oriflame Brand Partners for å lære om innsamling og lagring av personopplysninger om kunder som er bosatt i EU.

Når du presenterer Oriflame-produkter:

- Informer og (eller) henvis din kontaktperson til Oriflames nettsted der de kan lese mer om produktene og påstandene, prisen på produktene, betalingsbetingelser og leveringsdato.
- Informer kunden om angrerettsperioden for å kansellere en bestilling innen en spesifisert tid, og også om retten til å returnere og få refusjon for leverte produkter som kan selges på nytt som nye.
- Informer kunden om Oriflames produktgarantier, ettersalgsservice og prosedyrer for håndtering av reklamasjoner.

Når du presenterer forretningsmuligheter for mulige Brand Partners:

- Informer dem om at den faktiske inntjeningen vil variere fra person til person og vil avhenge av ferdigheter, tid og innsats og andre faktorer.
- Gi dem tilstrekkelig informasjon til at de kan foreta en rimelig vurdering av muligheten til å tjene penger.

Minn gjerne kontakten din på at Oriflame er et velrenommert selskap som selger sosiale produkter, og som setter søkelys på å utvikle innovative produkter på en bærekraftig måte. Oriflame tilbyr kvalitetsprodukter og muligheten til å bygge opp en virksomhet. Forretningsmuligheten gir en uavhengig,

morsom og fleksibel måte å forbedre sin økonomiske stilling på, samtidig som man forbedrer sine evner og sin selvtillit.

...og ikke dette

- Presenter deg som en autorisert distributør av Oriflame.
- Press kunden til å kjøpe eller bli Member - det er OK om de ikke vil; de kan likevel komme tilbake til deg hvis du har gitt et profesjonelt inntrykk og behandlet dem rettferdig.
- Overdriv produktegenskapene - presenter dine erfaringer med å bruke et produkt på en ærlig og redelig måte; henvis alltid til produktbrosjyren eller annen informasjon fra selskapet.
- Overdrive eventuelle fakta om:
 - Oriflame-produktenes bruk, funksjoner og egenskaper.
 - Inntektsmulighetene Oriflame tilbyr når det gjelder f.eks. tid og hvor lett det er å nå nivåene, forventet inntjening på hvert nivå og den generelle lettheten og sannsynligheten for å lykkes. Husk at alt avhenger av tiden og innsatsen man er villig til å legge ned og den enkeltes personlige ferdigheter.
 - Din egen suksess og erfaring med Oriflame, eller bruk en annens uttalelse om suksess som ikke er sann eller som er villedende.
- Lyve, villedle eller bedra, eller være aggressiv, påtrengende eller respektløs.
- Hvis du ikke har, eller er usikker på svaret på spørsmålet, kan du gå til Oriflames nettsted for å avklare spørsmålet, og deretter komme tilbake med et korrekt svar.
- Bruke personopplysninger om kunder, andre Oriflame Brand Partners og/eller mulige Oriflame Members på en utilbørlig måte eller uten nødvendig autorisasjon.
- Bruk sammenligninger med andre selskaper som ikke er basert på fakta som ikke kan etterprøves.
- Urettmessig skade omdømmet til et annet selskap eller systematisk lokke eller be om salgspersonell fra et annet selskap.
- Få en person til å kjøpe varer basert på et utsagn om at personen kan redusere eller få tilbake kjøpesummen ved å henvise andre kunder til deg for lignende kjøp.